

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Visi, Misi, <i>Tagline</i> , Tujuan, dan Manfaat.....	1
1.1.2 Struktur Organisasi.....	2
1.1.3 Produk	4
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Lingkup Pembahasan	13
1.4 Rumusan Masalah	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Rangkuman Teori	15
2.1.1 <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	15
2.1.2 <i>Marketing Mix</i> (4P).....	18
2.1.3 Keterikatan antara <i>Business Model Canvas</i> (BMC) dan <i>Marketing Mix 4P</i> 20	
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	31

3.1	Paradigma Penelitian.....	31
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	32
3.2.1	Subjek Penelitian.....	32
3.2.2	Objek Penelitian	32
3.3	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	33
3.3.2	Waktu Penelitian	33
3.4	Informan Kunci	33
3.5	Pengumpulan Data Penelitian	34
3.5.1	Observasi.....	34
3.5.2	Wawancara	34
3.5.3	Dokumentasi	35
3.6	Teknik Analisis Data	36
3.7	Teknik Keabsahan Data.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Karakteristik Informan	39
4.2	Hasil Penelitian	39
4.2.1	<i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	39
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	47
4.3.1	<i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	47
4.3.2	<i>Marketing Mix 4</i>	55
4.3.3	Rencana Strategis EatNEat 5 Tahun ke Depan	59
4.4	Uji Keabsahan Data.....	61
4.4.1	Uji Kredibilitas.....	61
4.4.2	Uji Transferabilitas.....	62

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	71